

ITALIAN SCOUTS IN SILICON VALLEY

Alla ricerca di buone prassi e opportunità per l'industria italiana



Gli scout

Nadia Di Paola

Dottore di ricerca in Scienze Aziendali, assegnista di ricerca sui temi del management dell'innovazione e technology venturing, è laureata in Economia e Commercio. Svolge attività didattiche in ambito accademico. È consulente di organismi internazionali sui temi dell'imprenditorialità, dell'innovazione e delle tecnologie, e Business Analyst nell'ambito di percorsi di accelerazione d'impresa. Ha vinto il "Parmenide Youth Award" e il "Premio Marrama".

e-mail: ndipaola@unina.it

Marco Valerio Izzo

Laureato in Economia Aziendale e Management presso l'Università degli Studi di Napoli "Federico II". Svolge attività di consulenza in tema di Business Modelling e Business Planning per le earlystage startup e collabora in qualità di Investment Analyst a Tech-Hub, programma di accelerazione d'impresa promosso dall'Università Federico II, dal Banco di Napoli e dalla Camera di Commercio di Napoli.

e-mail: marcovalerioizzo@gmail.com

Giacomo Rosa

Laureato in Amministrazione, Finanza e Controllo presso l'Università Commerciale "Luigi Bocconi" di Milano. Svolge attività di consulenza in tema di Business Modelling e Business Planning per le earlystage startup e collabora in qualità di Investment Analyst a Tech-Hub, programma di accelerazione d'impresa promosso dall'Università Federico II, dal Banco di Napoli e dalla Camera di Commercio di Napoli.

e-mail: giacomo.rosa3@gmail.com

Il coordinamento scientifico dell'iniziativa

Roberto Vona

Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese presso l'Università Federico II di Napoli. Afferente al Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università Federico II di Napoli. Socio ordinario dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale. Invited Lecturer in "Comparative Analysis of Entrepreneurship and Innovation" nell'ambito del programma BING OVERSEAS dell'Università di Stanford. Componente della Commissione Tecnica Spin-Off di Ateneo dell'Università Federico II di Napoli. Membro del Comitato di Direzione e Coordinatore del Gruppo Tecnico Tematico "Trasferimento tecnologico, Dissemination, Networking, Internazionalizzazione" del Distretto Tecnologico Campania Bioscience SCaRL. Membro del Consiglio di Reggenza della sede di Napoli della Banca D'Italia.

e-mail: rvona@unina.it

RINGRAZIAMENTI

Per la realizzazione del progetto *Italian Scouts in Silicon Valley* e la redazione del presente rapporto, si ringraziano:

- Il Ministero degli Affari Esteri, con particolare riguardo alla Direzione Generale per la promozione del sistema paese, l'Ambasciata d'Italia a Washington D.C. e il Consolato Generale d'Italia a San Francisco, per aver cofinanziato il programma e dato supporto strategico e operativo all'iniziativa.
- L'Università degli Studi di Napoli, Federico II, Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni, per la gestione finanziaria del programma, per la direzione scientifica delle attività di ricerca e per il collegamento con il programma "Stanford Technology Ventures", della Stanford University.
- Confindustria, con particolare riguardo all'Unione degli Industriali di Napoli, Gruppo Giovani Imprenditori, per la selezione e la formazione delle aziende che hanno partecipato al programma.

Un ringraziamento speciale va a chi si è adoperato in prima persona per il successo dell'iniziativa, e, segnatamente, a: Adele Caldarelli, Vincenzo Caputo, Giovanni De Caro, Antonio Leone, Patrick Mura, Sebastiana Andolina, Mauro Battocchi, Stefano Mancini, Massimo Maresca, e Marialisa Angelico.

Sommario

Executive Summary

Introduzione

Le attività svolte dagli Scout

- 1. L'immersione nella cultura della Silicon Valley: 6 lezioni da imparare*
- 2. L'indagine sulle startup della Bay Area fondate da italiani*
 - Inquadramento
 - Il metodo dell'indagine
 - Dati preliminari
- 3. L'esplorazione di occasioni d'affari: quali opportunità per le aziende partecipanti?*
 - Le Startup partecipanti
 - La preparazione
 - La leva del network italiano in Silicon Valley
 - Quali risultati?

What's next?

- Silicon Valley perché: 4 buone ragioni per sceglierla*
- Silicon Valley per chi*
- Riflessioni per una seconda edizione*

Executive Summary

La presenza di un **ecosistema dell'innovazione** è cruciale per attivare processi di sviluppo economico e sociale. L'ecosistema presente nella Silicon Valley dimostra l'importanza dell'interazione continua tra le componenti di tipo accademico, finanziario e governativo del territorio, per la creazione e diffusione della conoscenza.

Il progetto "Italian Scouts in Silicon Valley" è nato per meglio riconoscere e comprendere le opportunità che possono nascere dall'interazione tra il tessuto italiano dell'**imprenditorialità innovativa** e l'ecosistema dell'innovazione della Silicon Valley.

Mediante attività di tipo culturale, di ricerca scientifica e di business scouting, il progetto ha permesso di porre in luce i punti di forza, le **opportunità collegate alla Silicon Valley**, e gli attori più adatti a sfruttarle.

E' emerso che lo sviluppo virtuoso che le startup italiane possono intraprendere in Silicon Valley va inteso come evoluzione di un percorso già avviato in Italia: la Silicon Valley è pronta ad "ascoltare" e premiare storie imprenditoriali caratterizzate da forte contenuto innovativo e comprovate capacità manageriali, orientate alla crescita su larga scala. Pertanto, è importante per le startup italiane dotarsi di un giusto mix di tecnologie e persone, che possa permettergli di aprirsi alla prospettiva globale e guadagnarsi la fiducia dei player rilevanti.

Introduzione

L'**imprenditorialità** è uno straordinario attivatore di processi di cambiamento di carattere sociale, economico, e tecnologico, che crea opportunità per lavorare con creatività, tempismo e rigore manageriale.

L'esperienza della Silicon Valley risulta tra quelle che maggiormente hanno confermato quanto sia cruciale, per aumentare la produttività e la base occupazionale, e migliorare la prosperità e il benessere materiale e morale delle popolazioni, la presenza e il corretto funzionamento di un **ecosistema dell'innovazione**.

Un buon ecosistema dell'innovazione è quello dove la componente imprenditoriale interagisce con quella accademica, finanziaria e governativa, per favorire la creazione e la diffusione della conoscenza, la nascita di nuove iniziative imprenditoriali e il loro sviluppo.

Dall'opportunità **di creare sinergie tra l'imprenditorialità italiana e l'ecosistema dell'innovazione della Silicon Valley**, è nato il progetto "Italian Scouts in Silicon Valley".

L'obiettivo di questo report è quello di illustrare i principali risultati dell'iniziativa, ponendo in luce i suoi punti di forza e le opportunità legate alla stabilizzazione delle attività di scouting sperimentate in questa prima missione.

Le attività svolte dagli Scout

Le attività di studio e di relazione svoltesi dal 1 novembre al 10 dicembre 2014 nella Silicon Valley da parte degli Scout hanno prodotto un triplice risultato di tipo **culturale, di ricerca e di business scouting**.

Sotto il profilo culturale, un ruolo fondamentale è stato ricoperto dalla Stanford University, e più specificamente dallo *Stanford Technology Ventures Program*, che ha permesso ai membri del team di migliorare la loro **comprensione dell'ecosistema dell'innovazione della Silicon Valley** e dei meccanismi di trasferimento tecnologico lì attivati con successo, nonché di instaurare un collegamento diretto con alcuni dei principali esponenti della struttura. Il risultato è stato ottenuto grazie alla possibilità di partecipare ai corsi, ai seminari e alle iniziative promosse nell'ambito dello *Stanford Technology Ventures Program* della Stanford University.

I risultati di ricerca sono scaturiti dall'attività di indagine svolta in coordinamento con il Consolato Generale d'Italia a San Francisco, che ha permesso di giungere alla **mappatura e all'analisi delle startup** presenti in Silicon Valley **ricondubili a founder italiani**.

Infine, gli output delle attività di scouting sono scaturiti dalla definizione di un'agenda di incontri con le imprese, i venture capitalist e gli altri stakeholder presenti sul territorio della Silicon Valley. Gli incontri e le visite aziendali hanno permesso di diffondere le tecnologie e alcune iniziative d'impresa italiane, ponendo le basi per **future collaborazioni e partnership** con attori californiani.

1. L'immersione nella cultura della Silicon Valley: 6 lezioni da imparare

Le attività culturali della missione Italian Scouts in Silicon Valley sono state pianificate per apprendere, al meglio e sul campo, il complesso ma efficiente ecosistema dell'imprenditorialità innovativa e tecnologica della Silicon Valley.

Molto è stato già scritto e riferito sul tema, sia sulle caratteristiche del sistema economico regionale¹, sia sui suoi aspetti culturali², nonché sul suo posizionamento competitivo nel contesto globale³.

Pertanto, qui ci si limiterà a rilevare le sei cose che hanno più colpito chi scrive.

- 1. La fiducia nelle persone è il primo driver di valutazione di ogni iniziativa imprenditoriale.** Chiunque è disposto a darti mezz'ora del proprio tempo, anche quando ricopre incarichi apicali, se ciò che presenti è pertinente con la sua area d'affari e se colui che ti introduce è una persona di fiducia.
- 2. Il network è basato sulle competenze.** La fiducia di cui al punto precedente, si guadagna col tempo e con le competenze dimostrate sul campo. Tutti gli interlocutori valutano in prima istanza la credibilità della persona che hanno di fronte e si ricordano ciò che è stato, o meno, atteso nel tempo.
- 3. L'ambiente di business è informale, ma molto pratico.** Nei meeting si è interessati al cuore delle questioni, mediante richieste dirette e precise per il raggiungimento di un obiettivo prefissato e di breve termine. "How can I help?" è la prima domanda posta durante una riunione; risulta quindi fondamentale conoscere la persona che si ha di fronte ed essere estremamente preparati.
- 4. Programmi universitari trasversali.** *L'entrepreneurship* si "insegna" attraverso programmi di contaminazione tra diversi ambiti di studio e discipline, utilizzando strumenti specifici a scopo didattico⁴.

¹ [The Bay Area, A Regional Economic Assessment, 2012.](#)

² Annalee Saxenian Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128.

³ Engel J.S. (2014). Global Clusters of Innovation: Entrepreneurial Engines of Economic Growth Around the World, Edward Elgar Pub: Northampton (MA).

⁴ Blank, S. (2013). The Four Steps to the Epiphany, K&S Ranch: 2nd edition: Manhattan Beach (CA); www.launchpadcentral.com

5. **Community molto attiva.** Quasi ogni giorno vi è la possibilità di scelta tra diversi eventi che permettono agli startupper di ricevere feedback diretti da *VC*, *angel investor*, *advisor* e altri *founder*. Tali eventi sono ospitati dai più attivi *incubator*, *accelerator* e *co-working space*, che si posizionano come il principale punto di incontro con il mondo della finanza.
6. **Acquire, acquire, acquire.** Le grandi aziende di SV hanno ritmi elevatissimi di acquisizione di aziende medie e piccole, e aggiungono progressivamente tasselli ritenuti importanti per continuare la loro crescita; avrebbero tutti i mezzi per innovare al loro interno e in parte lo fanno, ma non è sufficiente. Le grandi aziende italiane ed europee possono e devono accorgersi della presenza delle startup da acquisire sul territorio e, perché no, che è opportuno investire affinché si creino le condizioni per favorire la nascita e lo sviluppo di startup.

2. L'indagine sulle startup della Bay Area fondate da italiani

- **Inquadramento**

La “tech community” italiana in Silicon Valley conta circa 5000 ingegneri, imprenditori, ricercatori e altri professionisti. Si tratta di una presenza capillare nelle aziende e nelle università della regione.

Gli italiani del mondo tecnologico sono arrivati a partire dagli anni Sessanta. Alcuni di essi si sono distinti per gli eccezionali risultati raggiunti.⁵

A partire dal 2005 si è registrato il progressivo arrivo di nuovi imprenditori con progetti di startup, attirati dalla prospettiva di far crescere il proprio prodotto a livello globale grazie all'abbondanza di venture capital, mentoring e servizi per il business.

Oggi sono circa **un centinaio le startup** fondate da italiani nella Bay Area.

Ma quali sono le loro caratteristiche? Le aziende italiane possono imparare qualcosa dal loro esempio?

- **Il metodo dell'indagine**

Grazie al supporto del Consolato Generale d'Italia a San Francisco, è stato possibile identificare, nell'ambito del centinaio di aziende mappate, un sottogruppo di 65 startup attive da almeno un anno. Il sottoinsieme di cui si dice rappresenta l'oggetto di analisi per l'indagine.

Le attività di studio si sono sostanziate in un preliminare esame della letteratura scientifica di riferimento sui temi delle startup e degli spin-off, dell'imprenditorialità innovativa e dell'innovazione in generale⁶.

⁵ Su tutti si veda Gallippi A. (2012). Federico Faggin. Il padre del microprocessore, Tecniche Nuove: Milano.

⁶ Più specificamente, i quesiti contenuti nel questionario sono prevalentemente collegati ai seguenti prodotti scientifici: Townsend, D. M., Busenitz, L. W., & Arthurs, J. D. (2010). **To start or not to start: Outcome and ability expectations in the decision to start a new venture.** Journal of Business Venturing, 25(2), 192-202., Hechavarria, D. M., Renko, M., & Matthews, C. H. (2012). **The nascent entrepreneurship hub: goals, entrepreneurial self-efficacy and start-up outcomes.** Small Business Economics, 39(3), 685-701., Estay, C., Durrieu, F., & Akhter, M. (2013). **Entrepreneurship: From motivation to start-up.** Journal of International Entrepreneurship, 11(3), 243-267., Vaillant, Y., Lafuente, E., & Bayon M. (2010). **International variations in the impact of perceived and actual**

L'analisi della letteratura ha permesso di identificare alcuni dei principali indicatori di riferimento sul tema, e di quantificarne le relative misure. L'adattamento al contesto specifico, grazie all'esperienza degli attori presenti sul territorio, ha permesso di sviluppare un insieme di quesiti da rivolgere ai fondatori di tali startup.

Più specificamente, il questionario è stato diviso in tre distinte parti, che approfondiscono aspetti legati rispettivamente all'imprenditore, alla startup, e al network di relazioni. A seguire, per ciascuna delle sezioni appena dette, si forniscono alcuni brevi cenni agli obiettivi conoscitivi ad essa collegati. Nel momento in cui si scrive, l'indagine è in corso di svolgimento. Alla chiusura della fase di raccolta dati, i risultati saranno oggetto di elaborazioni di tipo descrittivo ed analitico e verranno pubblicati.

Il founder

La parte sul founder intende approfondire alcuni degli aspetti che la letteratura scientifica ritiene siano rilevanti per un imprenditore, focalizzandosi in particolare sulle sue conoscenze e competenze specifiche. Pertanto, all'interno di questa parte del questionario si è provveduto ad indagare sul grado e sull'ambito di istruzione del fondatore, cercando di capire se ha studiato in Italia e con che risultati. Inoltre, si è indagata la sua esperienza professionale, cercando di capire se ha già fondato startup in passato, o se ha comunque fatto esperienza lavorativa in una startup, e se ha comunque esperienze di lavoro pregresse nel settore specifico in cui ha deciso di posizionare la sua startup.

La startup

La seconda parte di domande intende approfondire alcuni degli aspetti che la letteratura scientifica ritiene siano rilevanti per una startup, focalizzandosi in particolare sulla sua struttura e caratteristiche, e su alcuni risultati intermedi. Pertanto, all'interno di questa parte del questionario si è provveduto ad indagare su alcune caratteristiche strutturali della startup osservata, cercando di quantificarne le dimensioni e il tasso di crescita in termini di risorse umane, e la performance innovativa in termini di numero e

human capital on entrepreneurial activities. Working Paper series, Imperial College UK, Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). **Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review.** Journal of Business Venturing, 26(3), 341-358.

progressione del numero dei brevetti. Sull'aspetto delle risorse umane si è voluto approfondire il ruolo che gli italiani ricoprono e se la startup ha creato occupazione anche in Italia.

In questa parte, si è approfondita anche la rilevanza dei documenti di programmazione strategica ed economico-finanziaria generalmente richiesti alle startup, soprattutto nel panorama italiano, per comprendere se e in che misura essi siano rilevanti anche nel contesto della Silicon Valley.

Infine, si è inteso indagare sul grado di "personificazione" della startup, cioè sulla percezione che il founder ha del legame tra la sua personale presenza e il successo dell'iniziativa imprenditoriale.

Il network

La parte sul network intende approfondire alcuni degli aspetti che la letteratura scientifica ritiene siano rilevanti per la nascita e lo sviluppo di una startup, e che probabilmente contribuiscono a creare un eco-sistema dell'innovazione. In particolare, si è inteso indagare sulla presenza e sulle caratteristiche di uno o più soggetti che abbiano concretamente contribuito al successo della startup, cercando di capire se qualcuno di questi è italiano e in che modo questo contributo si sia manifestato. Inoltre, si sono approfonditi gli aspetti collegati ai servizi di cui la startup ha potuto beneficiare, con particolare riferimento a quelli di tipo legale, contabile e bancario.

- **Dati preliminari**

L'indagine sul campione selezionato ha prodotto alcuni risultati preliminari che qui si riportano in estrema sintesi.

Struttura delle imprese

Quasi il 50% delle startup italiane presenti in Silicon Valley è stato costituito negli ultimi due anni. Il 40% ha meno di 10 dipendenti, e il 90% meno di 50. Le startup che decidono di operare nella Valley sono attive prevalentemente nel settore delle ICT. Solo il 15% delle imprese considerate rientra nella categoria degli spin-off universitari.

Finanziamenti ottenuti

Le aziende esaminate hanno raccolto in totale **645 milioni di USD**.

Per circa il 60% delle imprese analizzate, i finanziamenti vanno da zero a 2 milioni di USD.

Le prime cinque aziende in termini di investimenti di venture capital (Thumbtack, Chargepoint, Adroll, Anki e Neato Robotics), hanno raccolto circa 500 milioni di USD, corrispondenti al 77 per cento del totale. Tra queste, la sola Thumbtack ha ricevuto investimenti per 150 milioni di USD (23 per cento del totale).

I fondatori

Molti fondatori hanno un'età compresa tra i 30 e i 40 anni (questo vale per il 50% del totale), o superiore ai 40 anni (circa il 40%); possiedono un diploma di Laurea Magistrale conseguito in Italia, e solo nel 18% dei casi hanno anche un dottorato di ricerca. Nel 40% dei casi sono almeno alla seconda esperienza da fondatore.

3. L'esplorazione di occasioni d'affari: quali opportunità per le aziende partecipanti?

- **Le Startup partecipanti**

Le 21 startup napoletane interessate al mercato americano sono state selezionate nell'ambito dell'iniziativa *Start n'Up*⁷, programma dell'Unione degli industriali di Napoli avente l'obiettivo di sostenere i giovani aspiranti imprenditori, le nuove imprese ad alto potenziale di crescita e gli spin-off universitari di Napoli.

- **La preparazione**

L'idea di base del progetto *Italian Scouts in Silicon Valley* era di portare le aziende napoletane innovative all'attenzione di investitori stranieri.

La fase preparatoria ha avuto luogo in Italia e si è posta l'obiettivo di seguire le startup nella redazione dei documenti informativi di base ritenuti necessari per la presentazione agli interlocutori selezionati.

A tale proposito, dai primi confronti è emerso il disallineamento della realtà italiana rispetto a quella statunitense: nel caso della realtà italiana, il focus è prevalentemente su Business Plan e indicazioni di fatturato, e più specificamente sul flusso di cassa negativo (cd. *burn rate*). Al contrario, spesso in Silicon Valley i trend rilevanti sono quelli che riguardano la crescita della base utenti a ritmi sostenuti, e la potenzialità di scalare a livello globale.

- **La leva del network italiano in Silicon Valley**

Grazie al partner istituzionale a San Francisco è stato possibile accedere ad alcuni dei contatti più rilevanti dell'ecosistema della Silicon Valley; tra questi, si segnala la presenza di un cospicuo numero di italiani attivi nello scenario di business che sono stati di grande aiuto nell'illustrare le dinamiche della Silicon Valley.

In particolare negli incontri schedati dalla delegazione di scout è emerso velocemente il tipo di approccio che investitori e imprenditori hanno rispetto ad un nuovo business, molto concreto e volto a soddisfare specifiche esigenze.

Pertanto, ad ogni interlocutore, sono state presentate solo le startup più coerenti con la sua area di business, instaurando un contatto basato sulla credibilità e la focalizzazione. Spesso i soggetti incontrati hanno manifestato un forte interesse nei confronti delle Startup del

⁷ V. www.startnup.it.

progetto ISSV, promettendo ulteriore attenzione nei prossimi mesi, per l'avvio di discorsi più approfonditi.

Oltre che per promuovere le aziende, gli incontri sono stati fondamentali per capire come l'ecosistema italiano sia visto dagli italiani all'estero e quali siano gli aspetti eventualmente replicabili in Italia, nonché i fattori che contribuiscono a rendere la sua crescita così lenta.

- **Quali risultati?**

Le startup italiane risultano interessanti per un investitore americano solo se sono pronte e disposte a insediarsi stabilmente in Silicon Valley. L'ecosistema della Silicon Valley è predisposto ad ascoltare nuove idee. Il concreto coinvolgimento da parte di investitori, però, passa per un rapporto di fiducia che si basa molto sul network di relazioni che l'imprenditore ha saputo costruire intorno a sé. Gli investitori vogliono avere l'impresa "a non più di 20 minuti di automobile".

Ciò premesso, la strada della Silicon Valley non è sempre quella più indicata per una startup italiana: molte semplicemente non sono ancora pronte oppure non ne hanno bisogno. In tutti questi casi, investire tempo e risorse in questo tentativo sarebbe uno spreco.

Le idee italiane sono valide, gli ingegneri informatici sono ritenuti molto preparati e costano 3-4 volte meno dei loro colleghi americani, un mercato da 60 milioni di persone è ritenuto più che sufficiente per testare un prodotto/servizio. Pertanto, gli interlocutori americani dichiarano che una startup italiana che inizi a produrre risultati concreti in Italia può essere poi accolta in Silicon Valley, quando è pronta a scalare a livello mondiale.

L'Italia non può e non deve puntare sulla replicazione del modello della Silicon Valley, che in un'area geografica più piccola della Campania ha saputo attivare fondi che investono ogni anno circa 11 miliardi di dollari USA in aziende private (oltre il 40% del totale statunitense), ma può e deve avviare meccanismi di promozione e sviluppo dell'imprenditorialità innovativa che possano ispirarsi alle buone pratiche d'oltreoceano.

What's next?

Silicon Valley perché: 4 buone ragioni per sceglierla

Perché? Per proseguire un percorso imprenditoriale già avviato

Il sistema dell'innovazione in Italia può rinascere partendo dai punti di forza dell'Italia, in termini di tradizione manifatturiera, senso estetico, flessibilità e preparazione tecnica. La Silicon Valley non può supplire alle mancanze italiane; il sistema italiano dell'innovazione, però, può considerare quello della Silicon Valley come possibile evoluzione su scala più ampia di alcuni percorsi imprenditoriali ben avviati.

Perché? Per scalare il business in una prospettiva internazionale

Intraprendere un percorso di sviluppo in Silicon Valley deve tradursi in una nuova impostazione strategica della startup. La Silicon Valley, e più specificamente il sistema di attori che in essa operano, offre consistenti opportunità in termini di scalabilità del business, ma premia imprenditori e imprese che sappiano allinearsi alle enormi aspettative e sfide che il contesto veloce e globale della valle può offrire.

Perché? Per entrare in un network ampio e aperto di relazioni

L'integrazione nel sistema della valle è fondamentale per l'avvio di un processo di sviluppo. L'integrazione passa attraverso il coinvolgimento di *co-founder* e *advisor* americani, l'inserimento in percorsi di accelerazione e incubazione, la disponibilità di risorse finanziarie sufficienti per sostenere le persone e la struttura nella Silicon Valley.

Perché? Per trovare investitori

L'ecosistema della Silicon Valley è aperto all'esterno, e gli *angel* e i *VC* sono sempre disponibili ad ascoltare nuove idee. Il loro concreto coinvolgimento, però, passa per un rapporto di fiducia che si basa molto sul network di relazioni che l'imprenditore ha saputo costruire intorno a sé. Gli investitori vogliono avere l'impresa "a non più di 20 minuti di automobile".

Silicon Valley per chi

Sul piano imprenditoriale, oltre al talento e alla visione strategica, la Silicon Valley richiede una mentalità aperta e orientata al mercato. L'imprenditore non considera la sua impresa come un'entità chiusa, della quale restare l'unico referente, ma è disposto a cedere parte del capitale per vederla crescere. Le azioni e le decisioni sono veloci, e anche gli errori eventuali fanno parte del processo di apprendimento, secondo un meccanismo di "*learning by failing*".

La Silicon Valley è il posto giusto per:

- imprenditori disposti a cedere *equity* e impegnare risorse
- team competenti, sia nella tecnologia sia nella gestione aziendale
- startup che propongono tecnologie innovative anche per il contesto americano
- business scalabili

Per tutto quanto appena detto, il percorso di sviluppo in Silicon Valley non è adatto e nemmeno consigliabile a tutte le tipologie di startup. Sebbene nella *valley* le opportunità di ricevere investimenti, di crescere, e di fare exit interessanti siano più elevate che in qualunque altro luogo al mondo, tuttavia non è corretto pensare che basti "sbarcare" nell'area intorno a San Francisco per ottenere i risultati sperati.

Tra le barriere più rilevanti all'avvio di un processo di sviluppo in Silicon Valley vi sono:

- visto / permesso di soggiorno – le regole sono articolate e ottenerlo non è semplice
- costo della vita – è molto alto e va preso in opportuna considerazione. Ogni anno sono necessari almeno 100 mila dollari per mantenere un paio di persone in loco
- estraneità al network locale – conquistare la fiducia dei soggetti chiave è complesso ma fondamentale

Riflessioni per una seconda edizione

La prima missione del progetto Italian Scouts in Silicon Valley ha fatto emergere l'utilità di un sistema strutturato e stabile di contatto tra un rinnovato sistema italiano dell'innovazione e la Silicon Valley. Si sono, infatti, registrati elementi molto positivi legati alla presenza di una comunità italiana molto radicata sul territorio e posizionata molto bene nel panorama di business. Gli italiani che vivono e operano in Silicon Valley hanno mostrato una forte identità culturale e grande disponibilità ad aiutare i nuovi arrivati nel processo di integrazione. Inoltre, è emersa l'esigenza di una conoscenza diretta dei meccanismi di funzionamento dell'ecosistema, che grazie alla prima missione sono stati analizzati.

Per il proseguimento del progetto, tuttavia, alcuni aspetti sono ritenuti assolutamente necessari:

- *Durata*: al massimo un mese, da ripetersi più volte l'anno
- *Partecipanti*: pari al massimo a 2 startup per ogni scout
- *Affiancamento*: un mese in azienda per conoscere più in profondità il business prima di partire
- *Commitment*: delle startup, da aumentare anche attraverso un loro contributo
- *Partner*: formalizzazione delle relazioni con Stanford e acceleratori in loco